



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
STUDI ANALISIS AKTIFITAS BELANJA ONLINE SHOP  
MAHASISWA UIN SUSKA RIAU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI  
ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir dan Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Syari'ah(SE)



**OLEH :**

**M. AGUSTIAN**

**11425104034**

**PROGRAM S1  
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
1441H/2019 M**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul **"PENGARUH MINAT BELI MAHASISWA UIN SUSKA RIAU TERHADAP BELANJA ONLINE SHOP MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU)".**

yang di tulis oleh:

Nama : M. AGUSTIAN  
 Nim : 11425104034  
 Program Studi : EKONOMI SYARI'AH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 November 2019  
 Pembimbing Skripsi

**MAWARDI, S.Ag, M.Si**  
 Nip. 19710809 199903 1 004

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: STUDI ANALISIS AKTIFITAS BELANJA ONLINE SHOP MAHASISWA UIN SUSKA RIAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** yang ditulis oleh :

Nama : M. Agustian  
 NIM : 11425104034  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 30 Desember 2019  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Januari 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL**

Sekretaris  
**Haswir, M.Ag**

Penguji I  
**Dr. Arisman, M.Sy.**

Penguji II  
**Dr. Amrul Muzan, MA.**

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**  
 NIP. 19580712 198603 1 005

UIN SUSKA RIAU





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Agustian  
 NIM : 11425104034  
 Tempat/Tgl.Lahir : Bukit Batu/13 Agustus 1996  
 Jurusan/Semester : Ekonomi Syaria'ah/XI  
 Alamat : Jl. Manunggal, Panam Pekanbaru  
 Lulus Munaqasah : 30 Desember 2019  
 Judul : Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen:  
 Studi Analisis Aktifitas Belanja Online Shop Mahasiswa  
 Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat ini adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari ternyata Skripsi ini merupakan hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Akademik.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 20 Januari 2020



M. Agustian

UIN SUSKA RIAU



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **M. Agustian (2020):Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Analisis Aktifitas Belanja Online Shop Mahasiswa Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh asumsi bahwa minat beli akan sangat berpengaruh terhadap suatu usaha atau online shop ketika suatu usaha atau online shop yang mereka gunakan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan terhadap konsumen Namun kenyataannya masih saja banyak online shop yang tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, dari yang memberikan produk rusak hingga penipuan. Maka dirumuskan masalah diataranya Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli terhadap kepuasan konsumen studi analisis aktifitas belanja online shop dan Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di jurusan ekonomi syariah fakultas syariah dan hokum UIN SUSKA RIAU. Populasi sebanyak 1.032 orang, pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bila dipandang orang yang kebetulan di temui itu cocok sebagai sumber data, berjumlah 91 mahasiswa. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode *deskriptif kuantitatif* yaitu melakukan uji statistik. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa hubungan antara minat beli terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 0,683 yaitu kuat. Dan koefesien determinasi sebesar 0,434. Artinya adalah bahwa kontribusi yang diberikan oleh variabel minat terhadap kepuasan konsumen sebesar 43,4% sedangkan sisanya sebesar 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Dan tinjauan ekonomi Islam tentang variabel minat beli itu sesuai, karena berdasarkan ayat al quran QS An-Nisa'/4 : 29, Pembeli melakukan jual beli (perniagaan) dengan online shop berdasarkan suka sama suka, juga mempunyai akad yang disepakati di awal. Dan mencapai target dari kepuasan konsumen.

**Kata kunci : Minat beli, Kepuasan konsumen**

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita ke hadirat Allah Swt yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: STUDI ANALISIS AKTIFITAS BELANJA ONLINE SHOP MAHASISWA UIN SUSKA RIAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLA”**

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Semoga termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, aamiin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan kekurangan, bila terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah Swt. Namun jika dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimah kasih yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayahanda Rozali dan Ibunda Ernalaili Serta Saudara Laki-laki Andri Wahyudi Sp.d dan Saudara Perempuan Saya Neli Febrianti yang selalu hidup di hati sanubari ini yang telah memberi semangat luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. DR.H.Akhmad Mujahidin M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau. Wakil Rektor I Bapak DR. Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Ahmad Supardi, MA. Wakil Rektor III Bapak Drs. H. Pormadi, MA, Ph.D
3. Bapak Dr. H. Hajar M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, MA sebagai Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Bambang Hermanto M.A dan Bapak Syamsurizal SE, M.Sc.Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan maupun karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bapak Dr. Mawardi S.Ag., M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Zulfahmi Bustami M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
7. Pimpinan pustaka dan segenap karyawannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. Kepada Indah Nopellita yang sudah memberikan dukungan, do'a, semangat dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan kepada sahabat-sahabat Alan Nuari, Armensyah Lubis, Khaira Annisa, Wahyudi dan teman seangkatan yang tidak tersebut satu persatu yang sudah memberikan semangat dan motivasi yang berarti sampai akhirnya bisa menyelesaikan perjuangan selama ini. Butuh lembaran yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertulis, bukan maksud hati untuk melupakan jasa semua pihak. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimah kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah Swt membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, aamiin.

*Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalamualaikum Wr.Wb*

Pekanbaru, November 2019  
Penulis,

**M. AGUSTIAN**  
**NIM. 11425104034**

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Metode Pengumpulan Data .....	11
G. Model Kerangka Berfikir .....	11
H. Konsep Operasional Variabel .....	12
I. Analisis Data .....	13
J. Hipotesa Penelitian.....	20
K. Sistematika Penulisan.....	21
<b>BAB II      GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Fakultas syariah dan Hukum.....	23
B. Letak Geografis dan Demografis .....	27
C. Visi dan Misi Fakultas syariah dan Hukum .....	28
D. Struktur Organisasi Fakultas syariah dan Hukum .....	29
E. Jurusan Ekonomi Syariah.....	31
F. Visi dan Misi jurusan Ekonomi Syariah.....	33
<b>BAB III      TINJAUAN TEORI</b>	
A. Minat Beli .....	35
B. Kepuasan Konsumen.....	46
C. Online Shopping .....	49



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik Responden .....	61
B. Deskripsi Variabel.....	62
C. Analisa Data.....	66
D. Tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam aktifitas belanja via online shop .....	77

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82

**DAFTAR KEPUSTAKAAN  
LAMPIRAN**





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

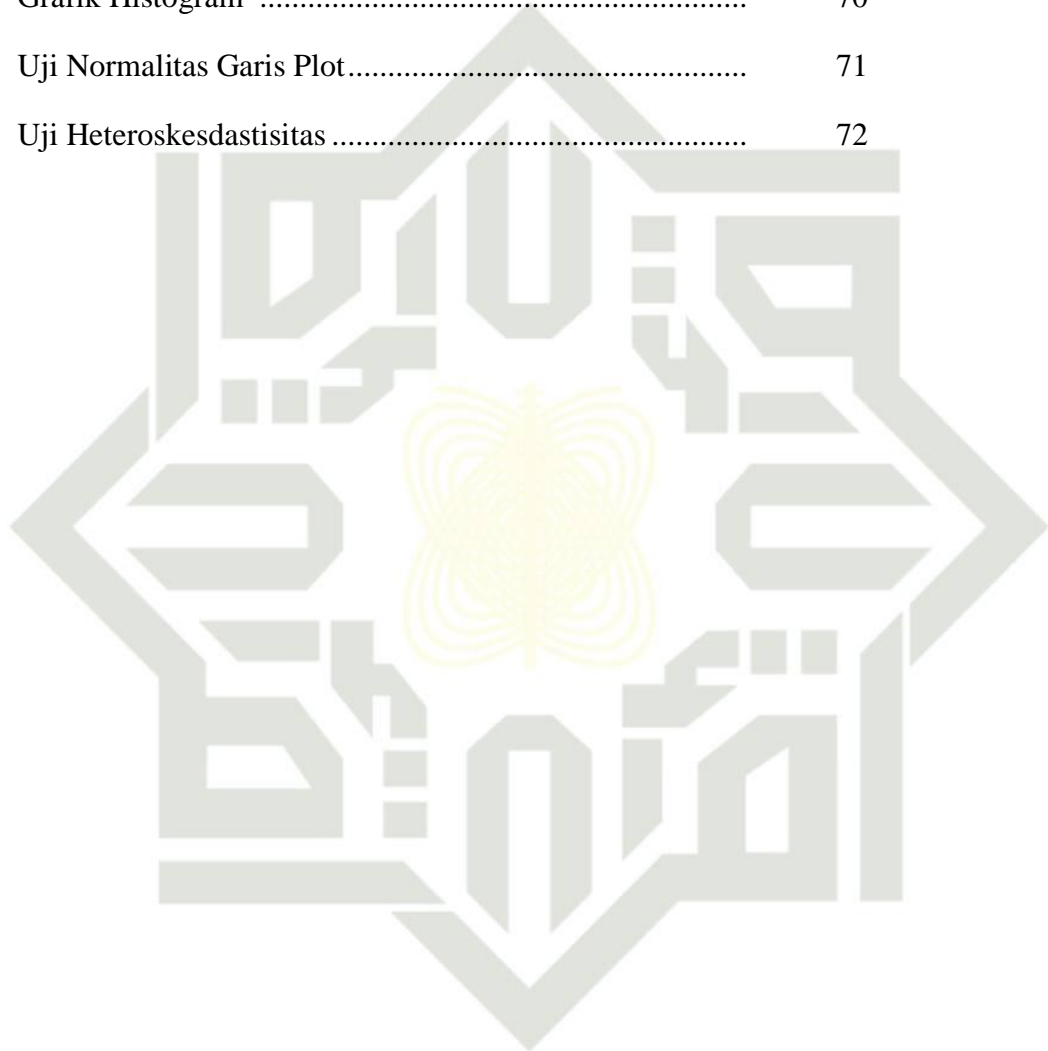
Tabel 1.1	Konsep Operasional Variabel.....	12
Tabel 1.2	Skala Skor Penilaian.....	14
Tabel 2.1	Data Jumlah mahasiswa jurusan ekonomi syariah .....	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
Tabel 4.3	Rekapitulasi tanggapan responden tentang minat beli .....	63
Tabel 4.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas minat beli .....	67
Tabel 4.6	Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	73
Tabel 4.9	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	75
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	76

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	12
Gambar 2.1	Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4.1	Grafik Histogram .....	70
Gambar 4.2	Uji Normalitas Garis Plot.....	71
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	72



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Zaman era globalisasi dengan perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan kemudahan bagi manusia untuk berinteraksi dan bertransaksi dalam waktu yang singkat meski tanpa interaksi secara langsung. Salah satu teknologi yang memudahkan interaksi dan transaksi meskipun dengan jarak yang jauh adalah teknologi *interconnection-networking* atau yang biasa disebut dengan internet. Dengan internet segala kemudahan dalam bidang apapun bisa diberikan, salah satunya adalah perniagaan atau jual beli.

Penggunaan media internet dalam kegiatan jual beli adalah sangat efisien. Bagi pihak *merchant*, mereka tidak perlu repot membangun toko, terikat jam kerja buka dan tutup, serta memiliki pegawai yang banyakmaupun memajang barang secara fisik. Sedangkan bagi pihak *buyer* keuntungan berbelanja melalui media online antara lain dapat mengunjungi merchant kapan saja dan dapat dilakukan dimana saja (rumah, warnet, kantor). *Buyer* dapat dengan leluasa masuk ke sebuah situs belanja dan melihat-lihat barang yang tertera dalam katalog, (layaknya kita berjalan-jalan di depan etalase toko) tanpa harus merasa tidak nyaman diawasi petugas jaga atau satpam. Apabila tertarik maka kita dapat meneruskan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses transaksi sebagaimana tertera dalam layar monitor, namun bila tidak suka maka kita dapat beralih ke *merchant* lainnya.<sup>1</sup>

Transaksi barang dan jasa melalui media online termasuk kategori muamalah di bidang perdagangan atau bisnis, yang menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau dengan beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing-masing. Yang mana dalam transaksi yang tergolong dalam kategori muamalah mempunyai karakteristik, yakni segala sesuatu boleh dilakukan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya.

Meskipun demikian dalam melakukan jual beli tentu tidak bisa dengan semaunya, ada aturan-aturan yang mengikatnya, apabila jika jual beli dikaitkan dengan agama, karena dalam melakukan jual beli terdapat dua pihak yang salah satunya tidak boleh merasa dirugikan, jika ada yang merasa dirugikan maka transaksi jual beli tersebut menjadi batal.

Menurut jumhur ulama salah satu yang menjadi rukun dan syarat sahnya jual beli adalah ijab dan qabul, dimana terdapat syarat yang terkait dengan ijab dan qabul ini, yaitu ijab dan qabul ini dilakukan dalam satu majelis. Dengan kata lain dalam melakukan jual beli dilakukan dengan cara bertemunya dua orang yaitu penjual dan pembeli sehingga terciptalah ijab dan qabul dalam jual beli ini disatu tempat.

---

<sup>1</sup> Yulia Kurniaty, Heni Hendrawati, *JualBeli Online Dalam Perspektif Islam*, Jurnal TRANSFORMASI Vol.11 No.1 2015

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam Islam kegiatan jual beli merupakan kegiatan yang dibolehkan atau halal. Sesuai dengan firman Allah Swt.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”<sup>2</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa aktivitas perdagangan atau jual beli merupakan aktivitas yang di bolehkan dalam Islam. Bahkan Rasulullah merupakan orang yang langsung terlibat dalam aktivitas perdagangan.

Online shop adalah sebuah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan antara konsumen dan penjual, tanpa harus melakukan pelayan bertatap muka melalui media internet.<sup>3</sup> Defenisi lain dari Bisnis secara online atau *E -Commerce* adalah *the activity of buying or selling of products on online services or over the Internet*<sup>4</sup>. ( *E-commerce* adalah kegiatan membeli atau menjual barang atau jasa secara online melalui media internet).

Dengan melakukan bisnis online shop ini antara penjual dan pembeli tidak perlu lagi repot-repot harus bertemu langsung. Dalam bisnis online hanya dilakukan dengan menghadap ke sebuah layar monitor komputer yang tersambung dengan koneksi internet. Kemudian sudah bisa melakukan

Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Jakarta: Syqma, 2005), h. 47

<sup>3</sup><https://lenterahidup.net/pengertian-online-shop-menurut-para-ahli/>. Di akses tanggal 10/08/2019

<sup>4</sup><https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>. Di akses tanggal 09/08/2019

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu kegiatan transaksi jual beli dengan cara yang nyaman dan cepat. Sehingga sangat memudahkan kita dalam mencari suatu barang yang diinginkan. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi sesuatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat ini akan timbul jika produk yang dijual sesuai dengan keinginan pembeli, apabila keinginan konsumen ada di produk yang dijual oleh online shop tersebut maka konsumen akan membeli produk tersebut.<sup>5</sup> Sementara, pilihan produk yang dibeli secara online berkaitan dengan karakteristik konsumen itu sendiri. Konsumen online shopping di Indonesia masih sensitif terhadap harga, mereka cenderung membeli produk yang memiliki harga yang lebih rendah.

Kemajuan teknologi yang semakin canggih inilah kemudian menjadi alasan bagi konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk melalui saluran tersebut (jual beli secara online). Kemudian perilaku dapat berpengaruh langsung terhadap niat pembelian secara online. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut/logo suatu produk, dan

---

<sup>5</sup>Mohammad Nejatullah Siddiqi, *History of Islamic Economic Thought*, dalam M. Umer Chapra, *Landscape Baru Perekonomian Masa Depan*, terjemah oleh Amdiar Amin dkk. h. 146.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atribut/logo tersebut merupakan alat untuk membangun image yang melekat dalam produk tersebut. Perilaku melihat atribut/logo menjadikan kepercayaan konsumen terhadap berbagai toko online tersebut dalam menilai suatu produk. Bagi perusahaan tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya adalah sangat penting, termasuk penilaian konsumen terhadap atribut/logo produk itu sendiri. “Penilaian konsumen ini akan mempengaruhi niat belanja konsumen terhadap suatu produk.”<sup>6</sup>

Berbelanja secara online memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar mahasiswa, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Tak terkecuali pada mahasiswa UIN SUSKA RIAU Jurusan Ekonomi Syaria’ah Fakultas Syariah dan Hukum. Mereka memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di *account* online shop tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan. Para konsumen online shop sangat menyukai belanja secara online karena menganggap lebih praktis, mudah dan dapat dilihat 24 jam. Selain itu, konsumen memilih pembelian online karena lebih menghemat waktu. Seperti yang kita ketahui, sikap konsumen itulah yang mendorong untuk mengkonsumsi barang secara online dan bahkan bisa berlebihan atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan.

---

<sup>6</sup> Basu Swastha & Irawan, *Manajemen penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 76.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.<sup>7</sup> Kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai - nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang - ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

---

<sup>7</sup>Rangkuti, Freddy. 2002, Measuring Customer Satisfactio. *Teknik Mengukur Kepuasan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis PL-JP*. PT Gramedia Pustaka Tama: Jakarta. h. 30.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tingkat kepuasan merupakan dasar bagi konsumen untuk bersedia menjadi pelanggan atau tidak. Penjual akan berusaha mengubah pembeli menjadi pelanggan dengan pemberian pelayanan terbaiknya. Pelanggan akan melakukan pembelian berulang serta mungkin loyal terhadap produk merk tertentu atau tempat pembeliannya. Ada beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan yaitu; (1) kualitas produk, (2) kualitas layanan, (3) emosional, (4) harga, dan (5) biaya. Kelima faktor tersebut akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan merasa puas bila merekamendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian singkat dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: STUDI ANALISIS AKTIFITAS BELANJA ONLINE SHOP MAHASISWA UIN SUSKA RIAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**.

### Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan topik permasalahan, maka penulis membatasi permasalahannya yaitu: pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen: studi analisis aktifitas belanja online shop mahasiswa UIN SUSKA RIAU menurut perspektif ekonomi islam.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah yang di kemukakan, maka masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam aktifitas belanja via online shop ?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen?

### Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi islam tentang pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen studi analisis aktifitas belanja online shop.

#### 2. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen sehingga memiliki minat untuk membeli sesuatu melalui online shop.
- b. Sebagai bentuk informasi mengenai pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan aktifitas belanja online shop menurut tinjauan ekonomi islam.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program (S1) pada Prodi Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

## **Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Kampus UIN SUSKA Riau Prodi Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum. Adapun alasan penulis melakukan penelitian di lokasi tersebut dikarenakan dalam melakukan aktifitas belanja online shop didominasi oleh mahasiswa dan tentu nya untuk memperoleh data lebih mudah karena penulis merupakan salah satu dari mahasiswa di lokasi penulis melakukan penelitian.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau Angkatan 2015-2019. Sedangkan sebagai objek penelitian ini adalah minat beli mahasiswa UIN SUSKA Riau terhadap kepuasan konsumen.

### **3. Populasi dan sampel**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN SUSKA Riau Prodi Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Angkatan 2015-2019 berjumlah 1.032 orang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu orang yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>8</sup> Sedangkan teknik menghitung besarnya anggota sampel yaitu dengan menggunakan rumus slovin<sup>9</sup> sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi yang diketahui

e = presisi yang di tetapkan (10%)

$$n = \frac{1032}{1 + 1032 \cdot 0,1^2}$$

n = 91 Orang

#### 4. Sumber data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan dari tempat penulis melakukan penelitian, data ini bertujuan untuk mengetahui kejelasan minat beli Mahasiswa via Online Shop. Bentuk data yang didapat kan di lapangan adalah jawaban dari objek yang diteliti menggunakan kuisisioner.

<sup>8</sup>Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, & Disertasi*, ( Bandung : Alfabeta, 2014 ) h. 114

<sup>9</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008 ) h. 180



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Data sekunder, yaitu semua data penunjang atau data pendukung yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti, yaitu dalam bentuk buku-buku yang berhubungan dengan teori penelitian.

#### Metode pengumpulan data

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

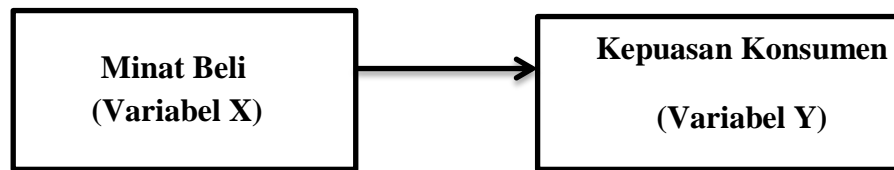
- a. Pengamatan (observasi), yaitu cara pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu tanya jawab langsung kepada responden.
- c. Kuesioner, Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipasi/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepala peneliti
- d. Studi dokumentasi, yaitu data yang diperoleh dari literatur atau buku-buku dan dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti

#### Model Kerangka Berfikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini terdiri dari satu variabel independent (X) yaitu minat dan satu variabel dependent (Y) yaitu kepuasan konsumen

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, penulis membuat model kerangka berpikir yang menjelaskan sistematika kerja penelitian ini sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 1.1**  
**Model Kerangka Berfikir**



### Konsep Operasional Variable

Berdasarkan landasan teoritis yang telah ada, penulis merasa perlu untuk menyusun sebuah konsep operasional variabel yang merupakan pondasi untuk menyusun instrument penelitian nantinya. Adapun konsep operasional dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Konsep Operasional Variable**

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Minat Beli (X)	Menurut Ali Hasan minat beli adalah kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang di ukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian	a. Dorongan dari dalam diri individu b. Motif sosial c. Motif Emosional	Likert 1-5
	Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk	a. Kualitas barang b. Brand/merek c. Kemasan barang d. Harga barang e. Ketersediaan barang f. Acuan	Likert 1-5

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan		
--	--------------------------------------------------	--	--

### I. Analisis data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis semua catatan hasil wawancara, dokumentasi dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan

#### a. Teknik Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial.<sup>10</sup> Pada skala likert peneliti harus merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik tertentu dan responden diminta untuk memilih apakah ia sangat setuju, setuju, netral/ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pertanyaan tersebut. Setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu.<sup>11</sup> Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut<sup>12</sup> :

<sup>10</sup> Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 82

<sup>11</sup> Morissan, Andy Corry W dan Farid Hamid U, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta : Kencana, 2012), h. 88

<sup>12</sup> Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi* (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta, 2013, h. 136



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.2**  
**Skala Skor Penilaian**

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	2	3	4	5

**b. Analisis Kuantitatif**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. **Analisis Statistik Deskriptif**, yaitu analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dari dari jawaban-jawaban responden. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel. Teknik analisis yang digunakan adalah frekuensi, persentase dan modus.
2. **Analisis Statistik Induktif (Inferensial)**, yaitu analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Sederhana.

Dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 17.00. Teknik pengujian data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai  $r$  hitung harus berada diatas 0,05. Hal ini dikarenakan jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari 0,05, berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuesioner oleh responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu alat pengukur semakin stabil pula alat pengukur tersebut rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Instrumen yang realibel adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabilitas jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil 0,5.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dengan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *scatter plot*, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data menyebar jauh dari regresi atau tidak mengikuti arah garis diagonal. maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan, maka digunakan asumsi klasik. Asumsi klasik yang diperlukan adalah :

**b. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi pada residual pada suatu pengamatan lain pada model regresi. Umumnya untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan uji Durbin-Watson. Uji Durbin Watson (*Durbin Watson Test*) yang merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah standarized. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis Data

#### a. Analisis Regresi linier sederhana

Dalam upaya menjawab permasalahan pada penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program *SPSS 17*

#### b. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi secara parsial (uji t) ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Pengujian dilakukan dengan 2 arah (2 tail) dengan

---

<sup>13</sup>Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistic Untuk Penelitian Pendidikan, Social Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.108.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tingkat keyakinan sebesar 95% dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh hubungan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) :  $n - (k+1)$ .

**Suharyadi (2009:164)** menyatakan kriteria signifikansi secara parsial terhadap variabel penelitian sebagai berikut :

1. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $P \text{ value} < \alpha$  maka :
  - a)  $H_a$  diterima karena memiliki pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_o$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $P \text{ value} > \alpha$ , maka :
  - a)  $H_a$  ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan
  - b)  $H_o$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui presentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang diteliti.

Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) 0,00 - 0,199 : Sangat Rendah
- 2) 0,20 - 0,399 : Rendah
- 3) 0,40 - 0,599 : Sedang
- 4) 0,60 - 0,799 : Kuat
- 5) 0,80 – 1,000 : Sangat Kuat

#### Hipotesa Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>14</sup> Berdasarkan kerangka pemikiran diatas , maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a.  $H_a$  : Terdapat pengaruh yang positif dan kuat antara Minat Beli terhadap kepuasan konsumen
- b.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan kuat antara Minat Beli terhadap kepuasan konsumen

<sup>14</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 1999) h. 64

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Sistematika Penulisan**

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas sejarah singkat berdiri nya Fakultas Syaria'ah dan Hukum UIN Suska Riau, Visi, Misi, Jurusan Ekonomi Syari'ah, Struktur Organisasi Fakultas Syari'ah dan Hukum.

**BAB III : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini merupakan bagian toritis dengan mengemukakan minat beli mahasiswa via online yang meliputi :pengertian online shop, minat beli mahasiswa via online shop, factor serta bagaimana perspektif dalam ekonomi islam.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini merupakan bagian inti dari permasalahan yang diangkat yaitu pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan belanja via Online shop, bagian ini meliputi bagaimana pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan aktifitas belanja via online shop, serta

bagaimana pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen belanja via online shop ini dalam perspektif ekonomi islam.

## **BAB V :KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dari inti permasalahan dengan disertai saran-saran.



### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pembangunan Nasional pada hakekatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Masyarakat Riau merupakan bagian dari rakyat Indonesia. Perkembangan dunia modern akhir abad ke dua puluh atau awal abad ke dua puluh satu, ditandai dengan kemajuan ini akan membawa perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia, baik kehidupan politik, ekonomi maupun sosial budaya.<sup>15</sup>

Dalam bidang politik, peraturan kekuasaan dan pengaruh negara-negara maju atas negara-negara dunia ketiga terus berlanjut. Dalam bidang ekonomi, masyarakat kota yang agraris menjadi masyarakat industri dengan menggunakan teknologi modern. Dalam kaitan ini pengaruh negara-negara maju sangat mewarnai ekonomi bangsa. Dalam bidang sosial budaya, pengaruh budaya asing melalui sistem komunikasi dan informasi modern menjarak jaringan-jaringan sosial budaya, sehingga pergeseran nilai masyarakat dalam memandang dunia kehidupan sangat dirasakan oleh setiap orang.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> <https://fasih.uin-suska.ac.id/sejarah-singkat/> diakses pada 05 Februari 2019 Pukul 20:41

<sup>16</sup> *Ibid.*,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagai dampak negatif dari kondisi tersebut dapat diramalkan bahwa arah kehidupan masyarakat masa mendatang cenderung ke arah materialistis, sekularistis dan individualistis, karena pengaruh keterbukaan yang dinamis dan rasionalis, yang pada akhirnya bermuara kepada pergeseran pandangan terhadap nilai-nilai agama.<sup>17</sup>

Dalam menghadapi perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, maka peranan para intelektual muslim semakin sangat penting. Mereka harus mampu mengarahkan kemajuan ilmu dan teknologi bernaftaskan Islami.<sup>18</sup>

Menyadari kelemahan dan kekurangan akan hal yang demikian maka tokoh agama, pemuka masyarakat dan pemerintah daerah RIAU merasa terpanggil untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang beridentitas Islam. Ide tersebut menjadi kenyataan dengan usaha membentuk BADAN PELAKSANA *AL-JAMI'AH AL ISLAMIAH* (BAPELA) Riau yang diketuai oleh Datuk Wan Abdurrahman (Wakil Gubernur KHD Tk. I Riau). Sebagai salah satu usaha dari BAPELA adalah pendirian Fakultas Syariah, berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 79 tahun 1966 tanggal 21 Nopember 1966 Fakultas yang didirikan ini merupakan salah satu Fakultas pada Universitas Islam Riau (UIR) cabang Tembilahan. Pada waktu yang bersamaan dilantiklah Haji Abdul Hamid Sulaiman sebagai Dekan.

---

<sup>17</sup> *Ibid.*,

<sup>18</sup> *Ibid.*,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penegerian Fakultas Syariah itu dipersiapkan oleh panitia persiapan penegerian yang dipersiapkan oleh A. Satar Hakim (Bupati KDH Tk. II Indragiri Hilir di Tembilahan).<sup>19</sup>

Setelah di negerikan Fakultas Syariah berinduk kepada IAIN Imam Bonjol Padang. Berhubungan sulitnya transportasi dan komunikasi, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 99 Tahun 1967 Tanggal 4 September 1967 berpindah induk ke IAIN Sulthan Thaha Syaifudin Jambi. Tapi juga mengalami kesulitan dan kendala tentang administrasi, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 36 Tahun 1969 tanggal 5 Mei 1969 berpindah ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Sejak diresmikan berdirinya IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru, yaitu tanggal 16 September 1970 yang berdasarkan SK. Menteri Agama RI No. 1994 tahun 1970, Fakultas Syariah Tembilahan resmi berinduk ke IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru.<sup>20</sup>

Semula Fakultas Syariah hanya berstatus Fakultas Muda yaitu sampai Sarjana Muda saja. Dengan jurusan Qadha'. Kemudian melalui SK Menteri Agama RI No. 69 Tahun 1982, tanggal 27 Juli 1982, status Fakultas Syariah ditingkatkan menjadi Fakultas Madya.<sup>21</sup>

Berdasarkan SK Menteri Agama RI tersebut Fakultas Syariah menyelenggarakan perkuliahan tingkat Doktoral Syariah membuka kuliah

---

<sup>19</sup> *Ibid.*,

<sup>20</sup> *Ibid.*,

<sup>21</sup> *Ibid.*,



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditingkat Doktoral dengan jurusan Qadha'. Hal ini terus berlangsung sampai dimulai Sistem Kredit Semester (SKS) pada tahun ajaran 1984/1985. Pada saat itu Fakultas Syariah sudah berkembang menjadi dua jurusan yaitu Peradilan Agama (PA) dan jurusan Perdata/Pidana Islam (PPI).<sup>22</sup>

Tahun ajaran 1989/1990 terdapat pula perubahan dan penambahan jurusan, yaitu Peradilan Agama (PA), Jurusan Perbandingan Mazhab (PM) sebagai jurusan baru, dan jurusan Mu'amalah Jinayah (MJ) sebagai ganti dari jurusan Perdata dan Pidana Islam. Enam tahun kemudian, tepatnya pada tahun ajaran 1995/1996 terjadi lagi perubahan jurusan Peradilan Agama (PA) berubah nama dengan Ahwal al-Syakhshiyah (AS), jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), jurusan Muamalah Jinayah dimekarkan menjadi dua jurusan yaitu jurusan Muamalah (M) dan jurusan Jinayah Siyasah (JS). Kemudian pada tahun ajaran 1997/1998 berganti nama lagi menjadi : Jurusan Ahwal al-Syakhshiyah yang semula disingkat AS menjadi AH. Jurusan Muamalah tidak ada perubahan. Jurusan Perbandingan Mazhab Hukum (PMH) menjadi Perbandingan Hukum dan Mazhab (PHM). Jurusan Jinayah Siyasah (JS) menjadi Siyasah Jinayah (SJ).<sup>23</sup>

Mulai tahun akademi 1998/1999 dibuka : Jurusan Manajemen (MEN) dan Program D.III Manajemen Perusahaan (MP). Setelah berjalan

---

<sup>22</sup> *Ibid.*,

<sup>23</sup> *Ibid.*,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa tahun sesuai dengan tuntutan perubahan status IAIN menjadi UIN, maka pada tahun 2002 / 2003 jurusan Manajemen (Men) dan Program D3 Manegement Perusahaan (MP) menjadi fakultas tersendiri yang diberi nama Fakultas Ekonomi. Dengan dimulai sejak tahun itu, maka pelaksana administrasi dan akademik terpisah dari Fakultas Syariah.<sup>24</sup>

Tetapi dengan semakin besarnya tuntutan perubahan, maka mulai tahun akademik 2002 / 2003 Fakultas Syariah membuka jurusan baru yaitu Jurusan Ekonomi Islam (EI) Program Studi Ekonomi Perbankan S1 yang lebih berbasis syariah, yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998.<sup>25</sup>

Kemudian pada tahun akademik 2003/2004 Fakultas Syariah membuka Program Studi Diploma Tiga Perbankan Syariah, dan berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor DJ.1/284 /2007 tanggal 15 Agustus 2007 Fakultas Syariah membuka Program Studi Ilmu Hukum.<sup>26</sup>

#### B. Letak Geografis dan Demografis

Fakultas Syariah dan Hukum merupakan fakultas yang berada di lingkungan kampus II Raja Ali Haji UIN Suska Riau. Kampus ini terletak di jalan raya Pekanbaru-Bangkinang Km.15 RT.03 RW.06 Kelurahan

---

<sup>24</sup> *Ibid.*,

<sup>25</sup> *Ibid.*,

<sup>26</sup> *Ibid.*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, letaknya berdekatan dengan perbatasan Kotamadya Pekanbaru dengan Kabupaten Kampar dengan jarak tempuh lebih kurang 30 m dari persimpangan pintu gerbang kampus letaknya yang jauh dari pusat kota bisa ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda dua atau angkutan umum seperti oplet, dan bus yang siap mengantarkan mahasiswa sampai ke kampus. Kampus Raja Ali Haji memiliki luas lebih kurang 60 Ha yang terdiri dari bangunan bangunan seperti gedung rektor, pusat komputer, perpustakaan, perkantoran, gedung-gedung perkuliahan, pusat kegiatan mahasiswa, islamic center, kantin, lapangan sepakbola, sarana jalan dan bangunan bangunan baru yang sedang tahap pembangunan.

**C. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau**

**1. Visi**

Mewujudkan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam utama dalam bidang hukum dan pranaa sosial secara integral tahun 2020.<sup>27</sup>

**2. Misi**

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integral.

<sup>27</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, *Panduan dan Informasi Akademik 2014/2015*, (Pekanbaru : UIN Suska Riau, 2014) h. 113



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma Islami.
- c. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dengan menggunakan paradigma Islami.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Islam di bidang hukum dan pranata sosial.<sup>28</sup>

### 3. Tujuan

- a. Menghasilkan sarjana Ahwal Al-Syakhshiyah yang mampu menjadi pengelola (manajer) lembaga peradilan Islam.
- b. Menghasilkan pemikir dan karya ilmiah dalam Hukum Islam guna memajukan kebudayaan dan peradaban serta menunjang pelaksanaan pembangunan.<sup>29</sup>

### D. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum adalah salah satu unit pelaksanaan Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang melaksanakan sebagai tugas dari fungsi UIN yang berada dibawah Rektor.

Adapun struktur organisasi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau adalah sebagai berikut :

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, h. 113

<sup>29</sup> <https://fasih.uin-suska.ac.id/sejarah-singkat/> diakses pada 05 Februari 2019 Pukul 20:46

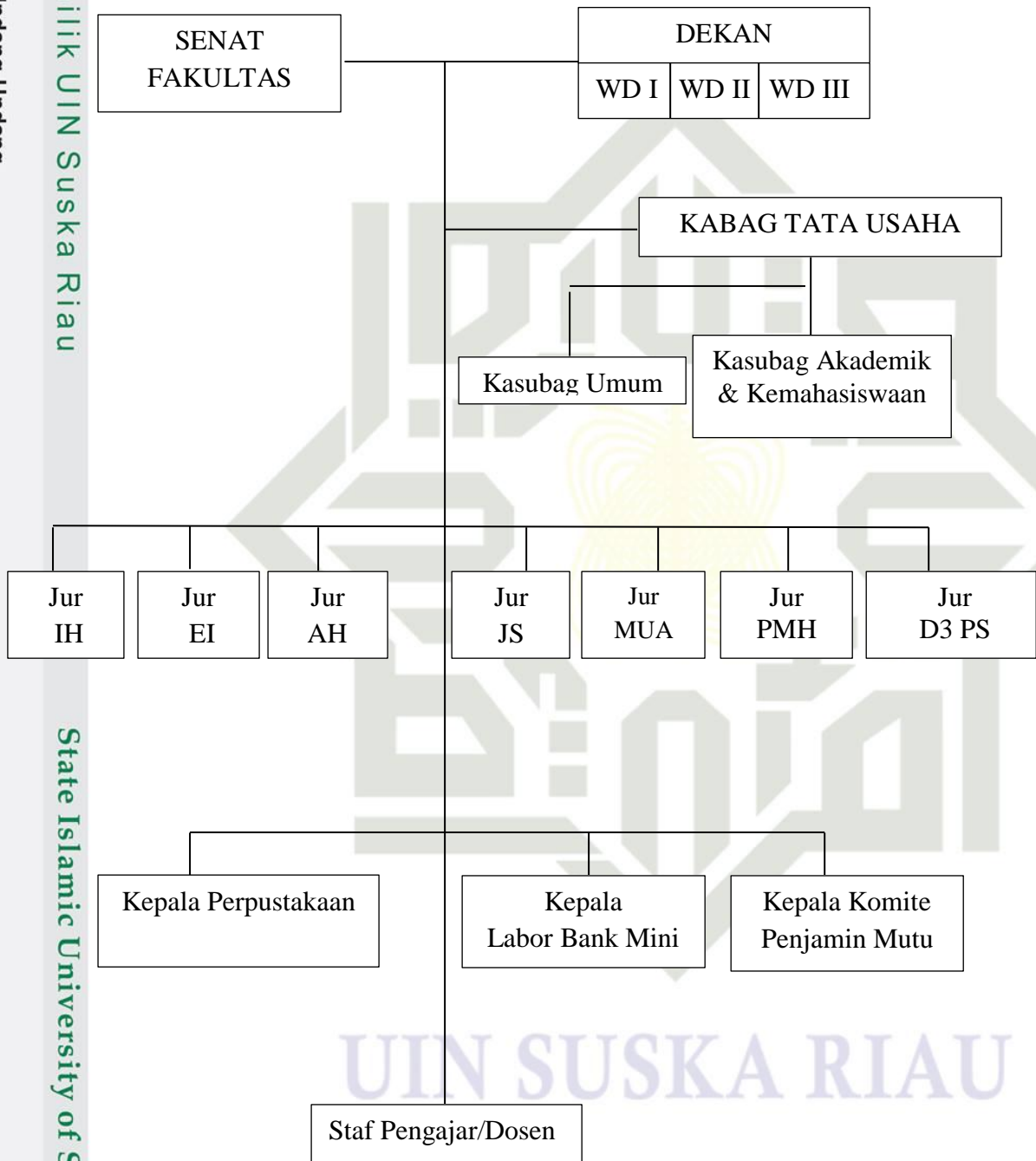
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum**  
**UIN Suska Riau**



Sumber : Fakultas Syariah dan Hukum

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **E. Jurusan Ekonomi Syari'ah**

Ekonomi Syari'ah merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau, dengan SK 21 Januari 1998. Pejabat penandatanganan SK adalah Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam. Bulan dan Tahun dimulainya penyelenggaraan program studi pada Juli 2007 Nomor SK perpanjangan izin Dj.i/362/2009 tertanggal 30 Juni 2009, peringkat (nilai) akreditasi pada saat itu adalah C, dan seiring berjalannya waktu peringkat (nilai) tersebut kini sudah berubah menjadi B.<sup>30</sup>

Ekonomi Syari'ah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi dengan cara islami. Yang dimaksudkan dengan cara-cara islami disini adalah cara-cara yang didasarkan atas ajaran agama islam, yaitu Al-Quran dan Sunnah Nabi. Secara singkat ekonomi Syari'ah dimaksudkan untuk mempelajari usaha manusia untuk mencapai *falah* (kemuliaan) dengan sumber daya yang ada melalui mekanisme pertukaran.

Jurusan ekonomi Syari'ah merupakan salah satu dari tujuh jurusan yang ada di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan tujuannya untuk menghasilkan sarjana ekonomi Syari'ah yang ahli dalam bidang pengembangan dan penerapan teori ekonomi Syari'ah pada perbankan syariah. Dari tahun ke tahun ajaran

---

<sup>30</sup> *Ibid.*,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baru, perkembangan jurusan ekonomi Syari'ah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik pada kuantitas mahasiswa maupun pada tataran teoritis-konseptual (sebagai wacana akademik). Perkembangan ini tentu saja sangat menggembirakan, karena merupakan cerminan dari semakin meningkatnya kesadaran umat Islam dalam menjalankan syariat Islam. Dengan demikian, jurusan ekonomi Syari'ah harus diberi perhatian yang utuh dan komprehensif untuk konsistensi penerapan dan pengembangan ekonomi Syari'ah dalam tataran sistem kontemporer yang tidak saja dituntut untuk dapat memiliki daya saing yang tinggi, tetapi juga kembali pada *maqashid asy syariah* itu sendiri.

**Tabel 2.1**

**Data Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah  
Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Angkatan 2015-2019**

No	Mahasiswa	Jumlah Populasi
1	Mahasiswa Angkatan 2019	194 orang
2	Mahasiswa Angkatan 2018	249 orang
3	Mahasiswa Angkatan 2017	229 orang
4	Mahasiswa Angkatan 2016	201 orang
5	Mahasiswa Angkatan 2015	159 orang
	Total	1032 orang

Sumber : Fakultas Syariah dan Hukum

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**F. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Pencapaian Jurusan Ekonomi Syari'ah UIN Suska Riau**

**1. Visi**

Mewujudkan program studi Ekonomi Syari'ah sebagai program studi unggulan dalam melahirkan sarjana yang professional di bidang ekonomi syariah di dunia pada tahun 2018

**2. Misi**

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka melahirkan sumber daya manusia dalam ilmu ekonomi syari'ah yang berkualitas.
- b. Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan pembangunan nasional
- c. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dalam bidang ekonomi dengan paradigma Syari'ahi.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia untuk menunjang Tridharma Perguruan Tinggi

**3. Tujuan**

- a. Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu ekonomi dalam paradigma Syari'ah.
- b. Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani dalam kerangka ekonomi syariah.
- d. Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing prodi Ekonomi Syari'ah.

**4. Sasaran dan Strategi Pencapaiannya**

- a. Terwujudnya Sarjana Ekonomi Syariah yang memiliki ilmu pengetahuan tentang ekonomi Syari'ah, soft skill dan live skill yang memenuhi standar kebutuhan lapangan kerja di bidang lembaga keuangan syariah.
- b. Terwujudnya berbagai karya tulis yang dikembangkan dosen maupun mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- c. Terwujudnya masyarakat yang makmur dan sejahtera dengan paradigma ekonomi syariah
- d. Terwujudnya prodi Ekonomi Syari'ah sebagai centre of excellence di kawasan Asia Tenggara<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup><https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/jurusan-ekonomi-islam/> diakses pada 2019 pukul 19.43



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Minat Beli

##### 1. Pengertian Minat Beli

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat beli merupakan kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu. Pembelian nyata terjadi apabila konsumen telah memiliki minat untuk membeli sebuah produk. Pembelian nyata merupakan sasaran akhir konsumen dimana minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan perencanaan untuk membeli sejumlah produk dengan merk tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 112

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minat beli timbul karena sikap konsumen terhadap suatu objek atau produk, keyakinan konsumen pada kualitas produk, dimana semakin rendah keyakinan konsumen maka akan semakin rendah minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat beli merupakan salah satu tahap yang pada subjek yang sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan. Sehingga dengan mengacu pada pendapat diatas, minat membeli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau dengan pengorbanan.<sup>33</sup>

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli pada konsumen dimana di antaranya ditinjau dari sisi periklanan suatu produk, serta harga yang sesuai kualitas produk yang didapatkan. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang akan di evaluasi. Bila manfaat yang diterima lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi dan sebaliknya apabila manfaat yang diterima lebih kecil dibandingkan pengorbanannya, maka biasanya

---

<sup>33</sup> Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), h. 25

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembeli akan menolak untuk membeli dan beralih pada produk lain yang sejenis.<sup>34</sup>

Beberapa karakteristik mengenai minat beli, yaitu<sup>35</sup>

- a. Minat tradisonal, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif tersebut.

Dari pengertian diatas jika kita ingin mempengaruhi seseorang yaitu dengan mempelajari apa yang telah dipikirkan, dengan demikian akan didapatkan bagaimana informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal yang dinamakan “*The Buying Process*” (Proses Pembelian) merupakan suatu proses dimana kita

<sup>34</sup> Rizky Anugerah Pratama, *Analisis Pengaruh Citra Merek Daya Tarik Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia*, (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2011), h. 13

<sup>35</sup> Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, h.120



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat memberikan suatu informasi persuasif yang spesifik untuk bisa mempengaruhinya, dan terbagi atas beberapa indikator, yaitu<sup>36</sup>

1. *Need* (Kebutuhan), proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang tak harus terpenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.
2. *Recognition* (Pengenalan), kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri untuk dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.
3. *Search* (Pencarian), merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.
4. *Evaluation* (Evaluasi), suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.
5. *Decision* (Keputusan), langkah terakhir dari proses pembelian untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diterima.

Minat beli, yaitu suatu persepsi pada suatu produk barang maupun jasa yang terbentuk dari suatu produk proses pemikiran. Minat beli yang muncul menciptakan suatu dorongan dan keinginan yang ada dalam pemikirannya, yang pada akhirnya ketika seseorang akan mewujudkan keinginan dan dorongan yang telah dipikirkannya tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

<sup>36</sup> Bernard Budiono, *Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk: Studi Kasus Minat Beli Produk Baru Telkom Flexi*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol III, No. 2 (2004), h. 34

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Swasta dan Irawan juga mengemukakan bahwa “faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan serta emosi”<sup>37</sup> bila seseorang merasa senang serta puas dalam membeli barang atau jasa dapat memperkuat minat beli terhadap suatu barang maupun jasa, ketidakpuasan terhadap barang maupun jasa menghilangkan minat

Perasaan yang positif pada suatu produk juga akan menimbulkan suatu keinginan dan dorongan untuk memiliki, ingin mencari dan ingin selalu mencari tahu atau bisa disebut juga dengan mempunyai minat yang kuat seseorang konsumen yang merasa kurang tertarik pada suatu produk, maka tidak ada keinginan dan dorongan yang muncul untuk memiliki produk tersebut. Menurut Kotler dalam Bernard Budiono, terdapat beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen yaitu<sup>38</sup>

- a. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang yang akan bergantung pada dua hal yaitu motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain dan intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai.
- b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut

<sup>37</sup> Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, h.117

<sup>38</sup> Bernard Budiono, *Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk: Studi Kasus Minat Beli Produk Baru TelkomFlexi*, h. 36

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tergantung dari pemikiran konsumen itu sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang.

## 2. Ciri-ciri Minat beli

Kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri :

- a. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa.

Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

- b. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

- c. Menceritakan hal yang positif. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika di tanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan mencitrakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

- d. Kecenderungan untuk merekomendasikan. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

Ada 3 hal mendasar mengapa konsumen ingin membeli produk atau jasa yang ditawarkan:<sup>39</sup>

- a. Faktor minat beli primer (kebutuhan barang pokok) Kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup oleh calon pelanggan. Contoh: Bahan makanan pokok (beras, gula, lauk pauk).
- b. Faktor minat beli sekunder (kebutuhan pelengkap) Kebutuhan pelengkap dan hanya digunakan sesekali oleh calon pelanggan. Contoh: Pakaian.
- c. Faktor minat beli tersier (kebutuhan spesifik).

---

<sup>39</sup> William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, (Singapore: Graw Hill International, 2002), 10th Edition, h. 87

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan yang dianggap tidak terlalu penting oleh calon pelanggan. Produk ini mempunyai spesifikasi khusus dengan pangsa pasar khusus.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli, yaitu sebagai berikut:<sup>40</sup>

1. **Faktor kualitas**, merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.
2. **Faktor brand/merek**, merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional.
3. **Faktor kemasan**, atribut produk berupa pembungkus daripada produk utamanya.
4. **Faktor harga**, pengorbanan riil dan materiel yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk.
5. **Faktor ketersediaan barang**, merupakan sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada.
6. **Faktor acuan**, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga dapat pula dipakai sebagai media promosi.

### 3. Minat Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkannya. Jual beli didefinisikan sebagai perjanjian tukar-

<sup>40</sup> Abdurachman, *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen* (Surabaya: Alauddin Press, 2004) h.11

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerima sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

**Minat Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam Sebagai Berikut**

- a. Masalah dalam Perilaku Konsumen Islami Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material dari pada aspek kebutuhan yang lain.<sup>41</sup> Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan self interest, maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosioekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (masalah).<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Roni Andesa, "Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis", (17 November 2013), dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html>

<sup>42</sup>Ferdhy Febrian, *The Power of Selling*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 174



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Kebutuhan dan Keinginan Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah. Pandangan ini tentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsep konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialis melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain tanpa memedulikan pada dimensi spiritual karena hal itu dianggapnya berada di luar wilayah otoritas ilmu ekonomi.<sup>43</sup>

Sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa membangkitkan minat beli konsumen. Salah satu caranya ialah dengan memperindah tampilan produk dan membuat promosi semenarik mungkin agar calon konsumen bisa melihat dan mau mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan penjual. Dan memang dalam melakukan suatu usaha untuk menarik minat

---

<sup>43</sup> Ahmad Izzan & Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Cet 1), (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 354.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beli konsumen itu tidak gampang. Karena mereka yang memiliki keputusan pembelian. Jadi sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan.

Jual beli dalam syariat islam di perbolehkan berdasarkan Firman Allah Swt Surat An-Nisa'/4 : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>44</sup>

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap

<sup>44</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 83

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.

### B. Kepuasan Konsumen

#### a. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang Pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.<sup>45</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku *Manajemen Pemasaran* mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan.<sup>46</sup>

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap produsen online shop. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha online shop, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

<sup>45</sup> <https://kajianpustaka.com/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen/>.  
Di akses tanggal 10/01/2020

<sup>46</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa oleh Benjamin Molan, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), Cet. Ke-12, jilid 1, h. 25



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan produsen online shop.

**b. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen**

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

**1. Kualitas Produk**

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

**2. Kualitas Pelayanan**

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

**3. Emosional**

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

**4. Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu

**c. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Kepuasan Konsumen**

Dalam Ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang di dasarkan atas nilai-nilai syariah

Konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan. Dari analisa tersebut ditarik suatu pengertian bahwa kepuasan konsumen menurut ekonomi islamber kaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.

Peodusen haruslah mempunyai intelektual dalam mengembangkan produk dari segi kualitas, harga, bentuk, dan manfaat nya agar konsumen tertarik dan merasa puas terhadap produk yang di pasarkan nya. Seperti yang di jelaskan dalam Al-Qur'an surah Yunus ayat : 100

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَمَا كَانَتْ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَجَعَلَ الرِّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٤٧﴾

Artinya : *Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya.*<sup>47</sup>

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa allah menganjurkan umat nya untuk menggunakan akalnyanya dalam melakukan segala aktifitas yang dilakukan sesuai dengan syariat islam. Dan allah akan menimpakan kemurkaan apabila umatnya tidak menggunakan akalnyanya dalam melakukan suatu aktivitas yang sesuai dengan syariat islam, dalam memproduksi suatu barang produsen harus memperhatikan kualitas barang serta manfaatnya agar produk ketika sampai di tangan konsumen tidak mengecewakan dan konsumen mendapat kepuasan atas apa yang di inginkan.

#### C. Online Shooping

##### a. Definisi Online Shooping

Belanja online merupakan kegiatan sukarela, hedonis, dan penggunaanya berpartisipasi karena termotivasi secara intrinsik. Kenikmatan dapat diperoleh dari kesenangan dan kegembiraan dalam pengalaman berbelanja secara online, bukan berdasarkan penyelesaian dari transaksi tersebut menemukan bahwa kenikmatan sebagai

<sup>47</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 220



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prediktor yang konsisten dan kuat terhadap sikap berbelanja online. Jika konsumen menikmati kegiatan mereka dalam berbelanja online, maka konsumen akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap belanja online itu sendiri. Dengan adanya sikap positif tadi, konsumen lebih mungkin berminat untuk membeli sebuah produk dengan menggunakan media internet sebagai media membelanjanya. Belanja online memiliki pengertian suatu transaksi jual beli yang dilakukan kedua belah pihak melalui dunia maya yaitu menggunakan akses internet. Konsumen tidak langsung mendatangi toko untuk mencari produk, namun akan langsung melakukan transaksi dengan sebuah toko maupun penjual dalam situs online ketika sudah mendapatkan produk yang diinginkan. Pencarian informasi produk sangat mudah dilakukan dan menghemat waktu serta biaya, sehingga sangat menguntungkan bagi konsumen. Kelebihan ini menjadi daya tarik dari belanja online daripada belanja dengan cara konvensional (biasa).

Pada era modernisasi saat ini, masyarakat cenderung menyukai hal-hal yang instan dan praktis karena semakin berkembangnya teknologi masa kini. Oleh karena itu, hal ini yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih belanja online. Perusahaan melakukan promosi dan memasarkan produknya melalui situs jual beli online maupun sosial media dengan spesifikasi harga dan kualitas yang jelas mulai dari makanan, barang elektronik, aksesoris, pakaian, hingga alat kebutuhan rumah tangga.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan alternatif banyaknya penjual dalam jual beli online akan memudahkan konsumen untuk memilih dan membandingkan harga dengan kualitas yang sama pada perusahaan lainnya. Konsumen hanya butuh koneksi internet untuk bebas memilih barang sesuai keinginannya. Sasaran dari bisnis online ini adalah konsumen yang memiliki aktivitas padat dan tidak mempunyai banyak waktu untuk berbelanja mencari barang yang dibutuhkan atau diinginkan. Proses serta transaksinya sangat mudah dan tidak perlu banyak waktu, hanya melakukan transfer serta konsumen tinggal menunggu barang yang diinginkan sampai di rumah.

Tidak heran karena fleksibilitasnya, jual beli online sangat digemari oleh para konsumen karena hanya duduk manis melakukan jual beli tanpa harus pergi ke suatu tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Jual beli didefinisikan sebagai suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

#### b. Tujuan online shopping

Adapun tujuan Online Shopping antara lain:

1. Ingin mempermudah bagi siapa saja yang ingin berbelanja pakaian tanpa harus repot-repot keluar rumah.
2. Menjadi toko online yang selalu dipercaya para pelanggan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Memberikan produk dengan berbagai macam merek dengan harga yang terjangkau.
4. Memberikan produk dengan kualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau.
5. Menjadi toko online yang selalu memberikan kepuasan bagi pelanggan dengan menjamin keaslian barang yang dibeli, serta pengiriman yang relatif aman dan cepat.<sup>48</sup>

#### c. Manfaat *Online Shop*

Salah satu kegiatan yang disukai adalah berbelanja online. Dengan berbelanja tentu para produsen dapat memberikan sebuah kepuasan tertentu untuk setiap pembelinya. Pembelinya pun merasakan berbagai manfaatnya. Menurut Jamie Jefferson menuliskan beberapa manfaat dari hadirnya online store, yaitu:<sup>49</sup>

1. Lebih hemat sebab harga yang biasanya lebih murah karena tidak adanya pajak dan biaya sewa. Bahkan beberapa toko menawarkan diskon bahkan kupon berbelanja online
2. Mudah dan cepat dalam hal membandingkan produk, kualitas dan harga sehingga para pembeli mendapatkan barang yang di incar dengan harga yang termurah dengan kualitas yang sama. Hal ini

---

<sup>48</sup>Nhumedia, *Istilah-istilah Ngetrend dalam jual beli online*, <http://www.nhumedi.webid/2015/04/istilah-istilah-ngetrend-jual-beli-online.html> (01 Oktober 2019)

<sup>49</sup>Dabsidab's. *Artikel Tentang Tujuan Online Shopping*. <http://wordpress.com>, (01 Oktober 2019)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disebabkan pedagang lebih berani dalam menuliskan informasi produk atau jasa yang dijual olehnya dengan lengkap.

3. Lebih hemat sebab harga yang biasanya lebih murah karena tidak adanya pajak dan biaya sewa. Bahkan beberapa toko menawarkan diskon bahkan kupon berbelanja online
4. Mudah dan cepat dalam hal membandingkan produk, kualitas dan harga sehingga para pembeli mendapatkan barang yang di incar dengan harga yang termurah dengan kualitas yang sama. Hal ini disebabkan pedagang lebih berani dalam menuliskan informasi produk atau jasa yang dijual olehnya dengan lengkap.
5. Konsumen dapat berpergian dari satu toko online ke toko online lainnya tanpa perlu takut capek karna konsumen hanya perlu duduk dengan komputer untuk mengunjungi setiap toko yang di inginkan.
6. Nyaman karena toko ini buka selama 24 jam setiap harinya sehingga para konsumen bisa leluasa melihat produk maupun jasa dari sebuah toko kapan saja dan dimana saja.
7. Ramah lingkungan sebab selama berbelanja tidak perlu berpergian sehingga menghemat bahan bakar yang berarti menurunkan pembakaran bahan bakar dan polusi udara. Bahkan dengan hadirnya toko online, kertas yang digunakan pun berkurang.

#### d. Kelebihan dan Kekurangan Online Shopping

Memulai untuk belanja online memang tidak mudah, apalagi karakteristik masyarakat kita yang belum familiar dengan toko online.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Banyak orang yang beranggapan belanja secara online murigakan, mulai dari alasan seperti membeli kucing dalam karung hingga ongkos kirim yang memberatkan.

Adapun keuntungan belanja online yaitu:<sup>50</sup>

1. Belanja online dapat menghemat atau tidak terikat waktu, disela-sela kesibukan pun masih dapat memilih barang yang ingin dibeli tanpa harus berada ditoko tradisional, juga terhindar dari kemacetan.).
2. Toko online dapat membandingkan harga toko online mana yang lebih murah dan menawarkan promo yang lebih menarik, karena banyaknya pilihan barang.
3. Harga relatif lebih murah, kebanyakan toko online harganya lebih murah daripada toko konvensional. Namun harus lebih jeli mencari atau membandingkan harga di pasaran.
4. Proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, dan pembayaran biasanya melalui internet-Mobile Banking atau ATM dan tinggal menunggu barang dikirim.
5. Belanja online bisa dilakukan oleh segala usia.

Selain kelebihan ada juga kekurangan dari belanja online, berikut ini kekurangan dari belanja online <sup>51</sup>

---

<sup>50</sup>HeniMinata.ArtikelTentangInformasi.<http://mirrorforest.blogspot.com/2012/03/5-manfaat-daribelanja-online.html>, (4 Oktober 2019).

<sup>51</sup>Tatik Suryani ,*Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha 2013), h.259

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sering terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran.
2. Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di Website.
3. Dikenakan biaya transportasi, sehingga ada biaya tambahan

#### 7. Online shopping dalam pandangan Islam

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan

Jual beli Online dalam syariat islam diperbolehkan berdasarkan Firman Allah Swt QS. Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*(berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>52</sup>*

Penjualan online berbasis media sosial dalam ekonomi islam  
 Penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi jual-beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, yang saat ini paling banyak dilakukan ialah dengan berbasis penjualan online berbasis media sosial kepada media sosial seperti facebook, twitter, dan berbagai media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Saat ini penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual beli. Kemudian “bagaimanakah perspektif ekonomi Islam dalam memandang penjualan online yang saat ini telah menjadi suatu hal yang sangat lumrah dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama kepada penjualan online yang berbasis kepada media sosial”.<sup>53</sup>

<sup>52</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *op.cit.*, h. 47

<sup>53</sup> M. Nur Rianto Al Arif, Al Arif, M. Nur Rianto. *Penjualan Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Surakarta: Era Intermedia, 2011), h. 8

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menjawabnya, harus ditelusuri apakah dalam penjualan online telah memenuhi rukun-rukun *akad* yang sesuai dengan aturan fiqh. Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu:

- a. Ada pihak-pihak yang *berakad*;
- b. *Sighah* atau *ijab qabul*;
- c. *Al-ma'qud alaih* atau objek akad;
- d. Tujuan pokok *akad* tersebut dilakukan.

Pihak-pihak yang *berakad* dalam penjualan online telah jelas, yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. *Sighah* dalam penjualan online biasanya berupa syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi (*term and conditions*) yang harus disetujui dapat dipahami sebagai sebuah *sighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen. Penjualan online bentuk *sighah* yang dilakukan adalah dengan cara tulisan.

Contohnya apabila kita membeli suatu program melalui telepon pintar (*smartphone*) akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang dibuat. Syarat dan kondisi yang disetujui ini merupakan *sighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen pada penjualan online. Begitu pula apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis syarat dan kondisi apa saja yang terdapat

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam transaksi tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli. Kemudian rukun akad yang ketiga adalah objek akad dalam transaksi, dalam penjualan online objek akad harus jelas dan barang harus secara sempurna dimiliki oleh si penjual. Tidak boleh dalam penjualan online maupun penjualan tatap muka, barang belum dikuasai secara sempurna oleh si penjual. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar tidak terjadi penipuan oleh si penjual. Penjual dalam penjualan online harus secara jelas menulis berbagai spesifikasi dari barang yang dijual termasuk kekurangan dari barang tersebut jika ada.

Persyaratan dalam melakukan jual beli dalam islam bisa dilihat dari

#### 1. Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (*ijab qabul*), orang-orang yang berakal (penjual dan pembeli), dan *ma'qud 'alaih* (objek akad). Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qabul* dilakukan. Sebab *ijab qabul* menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya *ijab qabul* dilakukan dengan lisan, akan tetapi kalau tidak memungkinkan karena bisu atau lainnya, boleh dengan surat-menyurat yang mengandung arti *ijab qabul*.<sup>54</sup>

Adapun syarat-syarat sah dalam *ijab qabul* adalah sebagai berikut:

---

<sup>54</sup>Nhimedia, *Istilah istilah Ngetrend dalam jual beli online*, <http://www.nhamedi.web.id/2015/04/istilah-istilah-ngetrend-jual-beli-online.html> (01 Oktober 2019)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Jangan ada yang memisahkan, pembeli jangan diam saja setelah menyatakan *ijab* dan sebaliknya.
- b. Jangan diselingi kata-kata lain antara *ijab* dan *qabul*.

#### 2. Rukun benda yang diperjual belikan:

- a. Suci
- b. Memberi manfaat
- c. Jual beli tidak dikaitkan dengan hal-hal tertentu
- d. Jual beli tidak terbatas waktu
- e. barang-barang yang hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar.
- f. Milik sendiri
- g. Spesifikas barang benar-benar diketahui

#### 3. Macam-macam jual beli

- a. Jual beli benda yang terlihat ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras dipasar.<sup>55</sup>
- b. Jual beli yang disebut sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang

<sup>55</sup> Muslimin Kara, *Pengantar Ekonomi Islam* (Makassar: Alauddin Press, 2009), h. 1

seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu. Sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad. Pada jual beli jenis ini memiliki syarat:

- 1) Disebutkan sifat-sifat barang yang diperjualbelikan.
- 2) Disebutkan kelemahan, kelebihan, cacat, dan lainnya.
- 3) Barang yang biasa diperjualbelikan
- 4) Harga ditetapkan pada saat akad

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut ;

1. Hasil uji regresi diolah dengan menggunakan komputer program SPSS diperoleh suatu persamaan yaitu  $Y = a + bX + e = 32,376 + 0,813X + e$ . Dari hasil pengolahan data di dapat persamaan regresi seperti di atas. Persamaan tersebut di dapat konstanta bernilai positif 32,376. Dari hasil uji T diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara minat beli terhadap kepuasan konsumen dalam belanja online shop dengan nilai t hitung  $> t_{\text{tabel}}$  (  $12,678 > 1,987$  ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.004 masih berada dibawah 0,05.
2. Tinjauan ekonomi islam tentang variabel minat beli sesuai dengan ekonomi islam, karena berdasarkan ayat al quran QS An-Nisa' /4 : 29, Pembeli melakukan jual beli (perniagaan) dengan online shoop berdasarkan suka sama suka, juga mempunyai akad yang disepakati di awal.

#### B Saran

Setelah dilakukan penelitian oleh penulis pada online shooping maka penulis mencoba untuk memberikan saran pada perusahaan atau toko atau online shop :

1. Dalam meningkatkan minat beli konsumen agar meningkat., perusahaan atau toko online shop perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk yang dijual agar konsumen lebih bisa percaya untuk berbelanja di toko atau online shop dan mengurangi keluhan dari konsumen.

2. Dengan adanya banyak toko atau online shop dapat membuat konsumen lebih memperhatikan pelayanan dan kualitas toko serta barang yang di jual oleh toko atau online shop sehingga mengurangi terjadinya keluhan terhadap pelayanan maupun produk yang tidak sesuai dengan yang diinginkan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literature dalam penelitian berikutnya yang akan meneliti tentang pengaruh minat beli terhadap online shopping. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih dalam dan luas terkait pengaruh minat beli mahasiswa terhadap online shop.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anan Mahdi, Mujahidin. 2014. *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, & Disertasi*, Bandung : Alfabeta
- Amad Izzan & Syahri Tanjung, 2006. *Referensi Ekonomi Syariah; Ayat-Ayat Al-Qur'an Yang Berdimensi Ekonomi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Basu Swastha & Irawan, 2001. *Manajemen penjualan*, Yogyakarta: BPFE Bernard Budiono, 2004. *Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk: Studi Kasus Minat Beli Produk Baru Telkom Flexi*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Dabsida, s. 2019. *Artikel Tentang Tujuan Online Shopping*. <http://wordpress.com>.
- Durianto, Darmadi, Dkk, 2003. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ferdhy Febrian, 2010. *The Power of Selling*, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ferdinan, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*
- Heni Minata. 2012. *Artikel Tentang Informasi*. <http://mirrorforest.blogspot.com/2012/03/5-manfaat-dari belanja online>
- Mohammad Nejatullah Siddiqi, *History of Islamic Economic Thought*, dalam M.Umer Chapra,
- Moh. Kasiram, 2010, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*,. Yogyakarta: UIN-MALIKI Press
- Muhammad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Muslim Kara, 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin Press
- M. Nur Rianto Al Arif, Al Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Penjualan Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Nhume, 2015. *Istilah-istilah Ngetrend dalam jual beli online*, <http://www.nhume.webid/2015/04/istilah-istilah-ngetrend-jual-beli-online.html>
- Poerwadarminto, 2004. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Rangkun Freddy. 2002, *Measuring Customer Satisfactio Teknik Mengukur Kepuasan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis PL-JP*. PT Gramedia Pustaka Tama: Jakarta.
- Ridwan dan Sunarto, 2010. *Pengantar Statistic Untuk Penelitian Pendidikan, Social Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta



Risky Anugerah Pratama, 2010. *Analisis Pengaruh Citra Merek Daya Tarik Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia*

Triuk Suryani, 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2014. *Panduan dan Informasi Akademik 2014/2015*, Pekanbaru : UIN Suska Riau

William J. Stanton, 2002. *Fundamentals of Marketing*, Singapore: Graw Hill International Yulia Kurniaty, Heni Hendrawati, 2015. *Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*, Jurnal TRANSFORMASI Vol.11 No.1

<https://fasih.uin-suska.ac.id/sejarah-singkat/>

<https://lenterahidup.net/pengertian-online-shop-menurut-para-ahli/>.Diakses

[https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce\\_](https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce_)

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU



## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI MAHASISWA UIN SUSKA RIAU DALAM BELANJA ONLINE SHOP MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU).

Assalamu'alaikum Wr.Wb. Salam Sejahtera

Perkenankanlah kami meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa Uin Suska Riau Dalam Belanja Online Shop Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Dan Ilmu Hukum Uin Suska Riau)". Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :

#### DAFTAR KUESIONER:

Mohon untuk memberikan tanda (X) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Keterangan :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

[illegible]

**gagang-Undang**

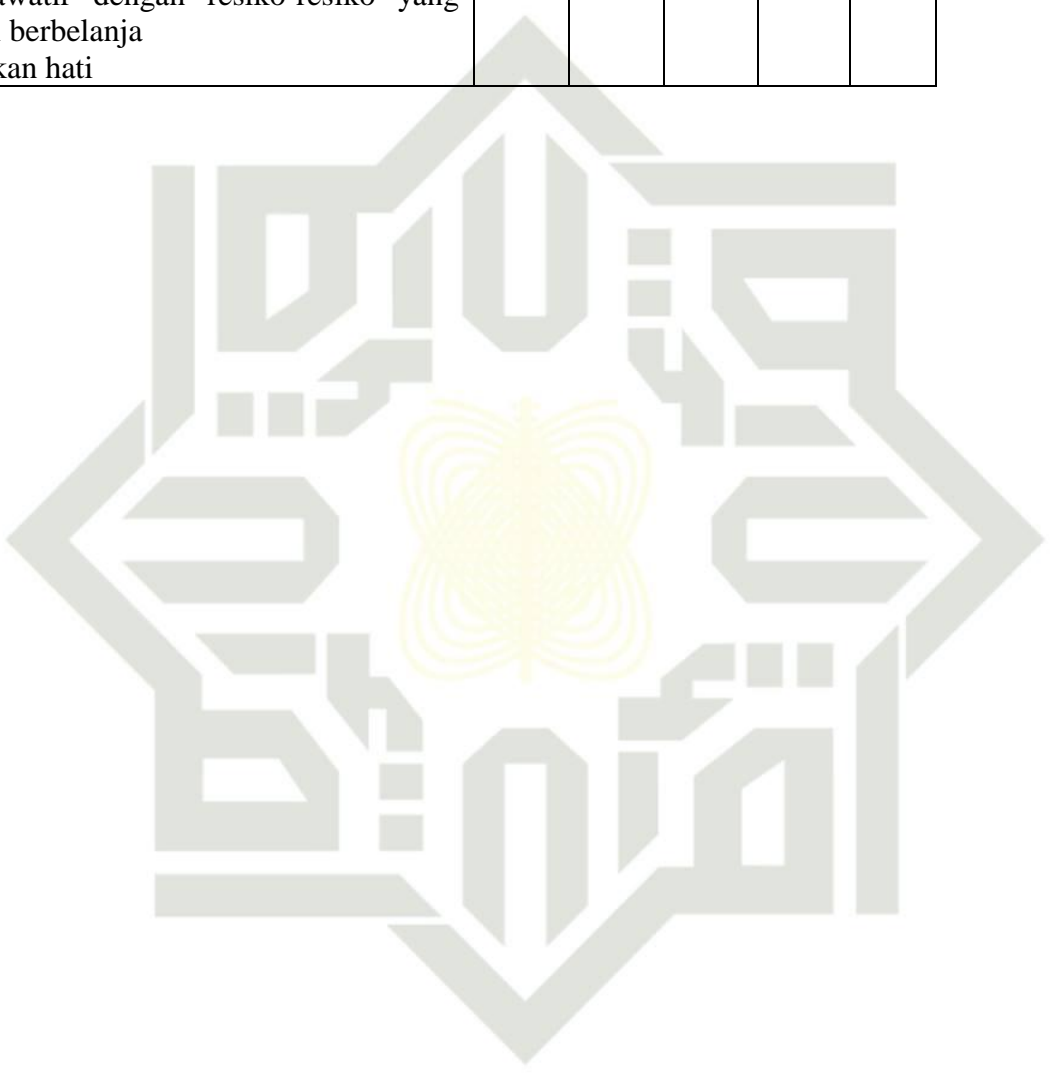
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
	<b>Minat Beli</b>					
1	Saya berbelanja secara online karena tertarik membeli produk tersebut karena memiliki kualitas produk yang bagus					
2	Saya merasa desain pada produk online shop yang ditawarkan sangat menarik					
3	Saya merasa belanja secara online memiliki brand/merek yang menarik					
4	Saya merasa produk yang ditawarkan pihak online shop memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan					
5	Saya merasa kemasan yang diberikan cukup memuaskan hati					
6	Saya merasa harga yang ditawarkan pihak online shop terjangkau					
7	Saya sering menemukan online shop yang memasang harga yang sangat murah sekali					
8	Saya merasa persediaan barang yang ditawarkan pihak online shop sangat banyak					
9	Saya dan teman saya sering melakukan pembelian secara online karena produknya memiliki stok yang banyak dan sangat menarik					
10	Saya melakukan pembelian secara online disebabkan teman saya sering melakukan pembelian produk secara online					
11	Saya mulai tertarik belanja online karena mendapatkan pengaruh dari teman saya					
12	Saya membeli produk secara online disebabkan teman saya mempromosikan barang tersebut kepada saya					



No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1	<b>Online Shop</b>					
2	Saya sering mencari Informasi tentang Produk sebelum melakukan pembelian					
3	Saya sering berbelanja Online dibanding berbelanja langsung ke pasar atau toko					
4	Saya sering sangat berbelanja di Online Shop					
5	Saya sering berbelanja di online shop seperti di Shopee dan lazada					
6	Saya tidak khawatir dengan resiko-resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online memuaskan hati					

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Lampiran 2. Tabulasi Penelitian

No	Nama	Usia	J. kelamin	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	T	1	2	3	4	5	T
1	Endah Trima Hidayah			5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	47	3	3	2	3	3	14
2	Alfarina Rahman			5	4	4	4	3	3	5	5	4	3	2	3	45	3	3	2	4	3	15
3	Resa Adila			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	25
4	Alfin			4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	43	4	2	2	2	3	13
5	Rizki Sri Wulan			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	25
6	Cici Aulia			4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	53	4	5	5	5	4	23
7	Vira Dwi Noviana			4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	4	4	5	3	21
8	Melati Siva			4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	50	4	3	3	2	2	14
9	Nisa			4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	2	2	4	2	14
10	Dina Lestari			4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	55	5	5	5	5	2	22
11	Dina Febrianti Melpi			5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	45	5	4	4	4	3	20
12	Roziah Afridah H			3	2	3	4	3	3	3	1	2	4	3	2	33	5	2	3	2	2	14
13	Maemunah			5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	44	5	2	2	3	2	14
14	Elma Yulianti			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	1	1	3	1	11
15	Putri Salsa Imahin			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	3	5	5	1	19
16	Eis			4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	44	4	2	2	2	2	12
17	Yolla Azmi			4	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	4	38	5	2	2	3	2	14
18	Dani			3	3	4	5	3	3	4	4	3	3	4	3	42	2	2	2	2	3	11
19	Putri Sakinah			4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49	4	5	5	5	4	23
20	Mia Alfriska			5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	3	51	5	4	4	5	5	23
21	Dessy Laraswati			5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	51	5	5	5	5	3	23
22	Mhd. Fauzi			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	20
23	Hanifah			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	4	4	5	3	21
24	Afni Umalina			4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	2	4	49	5	4	2	5	2	18
25	Ira			4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	44	5	2	2	4	2	15
26	Anggun Salsabilla			4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	2	5	41	4	2	3	2	2	13
27	W			4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	4	37	4	2	2	2	2	12
28	Rezi			4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	3	2	2	2	3	12

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, atau untuk keperluan lain.

1. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.



## Lampiran 2. Tabulasi Penelitian

29	Devika			5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47	4	2	2	4	4	16
30	Nadia Sufna			5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51	5	3	3	4	3	18
31	Dika			4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	2	39	4	4	4	2	3	17
32	Rizki Kurnia Ilahi			3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	41	4	2	2	4	3	15
33	Wiji Wilang Sari			4	3	4	5	3	5	5	4	3	3	4	4	47	5	2	2	4	1	14
34	Alfi Arrozaq Husni			4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	46	4	3	3	3	3	16
35	M. Taufiq Alfikri. N			4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	46	4	3	3	3	3	16
36	Asri Junita Pulungan			4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46	4	2	3	3	2	14
37	Lina Fiki Aristi			4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48	4	2	3	3	2	14
38	Ita Sari			5	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	44	4	3	2	3	2	14
39	Liyana Dinie Saffa			3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	43	5	1	3	3	1	13
40	Hesti Vela Saputri			4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	53	5	3	4	4	2	18
41	Ade Effina			1	4	2	5	3	4	4	3	1	2	2	2	33	5	2	2	3	2	14
42	w			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	44	4	4	4	4	4	20
43	LA			4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	43	5	3	3	3	3	17
44	Tia Melysa			3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42	3	3	3	3	4	16
45	Sherly			3	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	2	44	5	2	2	4	1	14
46	Luna			4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	42	5	4	4	5	3	21
47	Mawar			4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	45	3	3	4	4	2	16
48	Yiyin			4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	3	3	47	5	5	4	5	4	23
49	Selvi Wardi Rahayu			4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	4	38	5	3	3	3	2	16
50	Jero Vina			4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	4	38	5	3	3	3	2	16
51	Fatimah			4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	4	3	40	4	2	2	3	2	13
52	Alfi Fadilah			4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	2	2	38	5	2	1	4	3	15
53	Serly Syafitri			4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	43	5	2	1	4	4	16
54	Tari Saputri			4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	45	4	2	3	4	1	14
55	Uci			4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	45	4	2	3	4	1	14
56	Alfiani			4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	47	5	5	4	5	3	22
57	Eko			4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	5	21

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, dan penyediaan informasi.





## Lampiran 2. Tabulasi Penelitian

58	M. Ikbal			3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	42	4	3	3	3	2	15
59	Siti. F			4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	44	4	3	3	3	3	16
60	Ersa			4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	2	3	41	3	4	3	4	2	16
61	Sri			3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	44	4	2	2	2	1	11
62	Andre			3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	45	5	2	2	3	3	15
63	Helda			4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	45	4	3	3	3	3	16
64	Fuad Fauzan			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	1	1	3	3	12
65	Lestari			4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47	4	1	1	3	3	12
66	M. Reza Oktavia			4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	44	5	2	2	4	3	16
67	Rafif Rizqullah Zahir			4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	47	5	3	3	3	3	17
68	Muryati Sumartin			4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	51	5	3	2	4	2	16
69	Iman Purnomo			2	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	38	4	4	3	3	2	16
70	Sisi Afriani			4	3	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3	44	5	3	2	2	2	14
71	Prima			5	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	41	5	2	2	3	2	14
72	Susmiadin Kh			5	4	3	4	3	4	4	4	3	2	2	3	41	5	3	3	4	3	18
73	Khodijah Sharah			4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	48	5	2	3	4	2	16
74	Arifiana Dwi			3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	42	4	3	3	3	2	15
75	M. Ali Dayat			3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	48	4	3	4	3	3	17
76	Eka Kristianto			5	4	4	5	3	4	5	3	4	1	1	1	40	5	3	1	3	2	14
77	Hizbullah			4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	42	3	3	2	4	1	13
78	Kasmawati			4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	47	5	2	2	4	2	15
79	Helen Fitriasa			4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	47	5	2	2	4	2	15
80	Sri Jamelati			3	3	3	3	4	5	4	4	2	3	3	3	40	3	3	3	3	3	15
81	Rusfita			5	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	31	5	2	2	2	2	13
82	Sarah Nurulihza			4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	47	5	4	4	5	3	21
83	R			3	4	2	4	2	4	2	4	4	1	4	4	38	4	2	2	2	2	12
84	Nabila Fadhila			4	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	44	4	3	3	4	2	16
85	Nurul Amanah			3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	40	5	2	2	2	2	13
86				5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	3	51	5	3	1	3	2	14

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan.

3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.



## Lampiran 2. Tabulasi Penelitian

87					5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	51	3	3	2	4	1	13
88					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	2	2	4	2	15
89					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	2	2	4	2	15
90					4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	2	4	49	3	3	3	3	3	15
91					4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	44	5	2	2	2	2	13

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, atau pengumpulan bahan pustaka.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

## Lampiran 3. Uji validitas minat beli (X)

### Correlations

		Correlations												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
VAR00001	Pearson Correlation	1	,410**	,348**	,023	,246*	,087	,167	,297**	,431**	,130	,017	,193	,443**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,827	,016	,397	,104	,003	,000	,207	,868	,059	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00002	Pearson Correlation	,410**	1	,544**	,341**	,507**	,413**	,287**	,372**	,460**	,126	,036	,248*	,606**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,005	,000	,000	,222	,726	,015	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00003	Pearson Correlation	,348**	,544**	1	,448**	,518**	,389**	,418**	,424**	,545**	,367**	,222*	,094	,706**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,030	,360	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00004	Pearson Correlation	,023	,341**	,448**	1	,309**	,445**	,491**	,308**	,220*	,184	,183	,127	,525**
	Sig. (2-tailed)	,827	,001	,000		,002	,000	,000	,002	,032	,073	,075	,217	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00005	Pearson Correlation	,246*	,507**	,518**	,309**	1	,527**	,347**	,288**	,386**	,390**	,092	,285**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,016	,000	,000	,002		,000	,001	,004	,000	,000	,373	,005	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00006	Pearson Correlation	,087	,413**	,389**	,445**	,527**	1	,402**	,343**	,379**	,278**	,104	,241*	,603**
	Sig. (2-tailed)	,397	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,006	,315	,018	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00007	Pearson Correlation	,167	,287**	,418**	,491**	,347**	,402**	1	,414**	,221*	,290**	,186	,107	,572**
	Sig. (2-tailed)	,104	,005	,000	,000	,001	,000		,000	,030	,004	,070	,299	,000



N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00008	Pearson Correlation	,297**	,372**	,424**	,308**	,288**	,343**	,414**	1	,572**	,379**	,382**	,302**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,002	,004	,001	,000		,000	,000	,000	,003	,000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00009	Pearson Correlation	,431**	,460**	,545**	,220*	,386**	,379**	,221*	,572**	1	,388**	,296**	,249*	,711**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,032	,000	,000	,030	,000		,000	,003	,014	,000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00010	Pearson Correlation	,130	,126	,367**	,184	,390**	,278**	,290**	,379**	,388**	1	,645**	,365**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,207	,222	,000	,073	,000	,006	,004	,000	,000		,000	,000	,000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00011	Pearson Correlation	,017	,036	,222*	,183	,092	,104	,186	,382**	,296**	,645**	1	,513**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,868	,726	,030	,075	,373	,315	,070	,000	,003	,000		,000	,000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00012	Pearson Correlation	,193	,248*	,094	,127	,285**	,241*	,107	,302**	,249*	,365**	,513**	1	,536**
	Sig. (2-tailed)	,059	,015	,360	,217	,005	,018	,299	,003	,014	,000	,000		,000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VR00013	Pearson Correlation	,443**	,606**	,706**	,525**	,651**	,603**	,572**	,708**	,711**	,667**	,559**	,536**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Diambil dengan menggunakan teknik pengutipan langsung atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau untuk tujuan lain yang bersifat non-komersial.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Lampiran 4. Uji validitas kepuasan konsumen

### Correlations

		Correlations					
		1	2	3	4	5	6
VAR00001	Pearson Correlation	1	,054	,047	,275**	-,043	,305**
	Sig. (2-tailed)		,603	,651	,007	,679	,003
	N	96	96	96	96	96	96
VAR00002	Pearson Correlation	,054	1	,798**	,606**	,534**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,603		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
VAR00003	Pearson Correlation	,047	,798**	1	,537**	,434**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,651	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
VAR00004	Pearson Correlation	,275**	,606**	,537**	1	,326**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000		,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96
VAR00005	Pearson Correlation	-,043	,534**	,434**	,326**	1	,660**
	Sig. (2-tailed)	,679	,000	,000	,001		,000
	N	96	96	96	96	96	96
VAR00006	Pearson Correlation	,305**	,884**	,837**	,786**	,660**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Diambil sebagian atau seluruhnya dari karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Uji reliabilitas minat beli

### ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	12

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Uji reliabilitas minat beli

### Scale ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	96	100,0

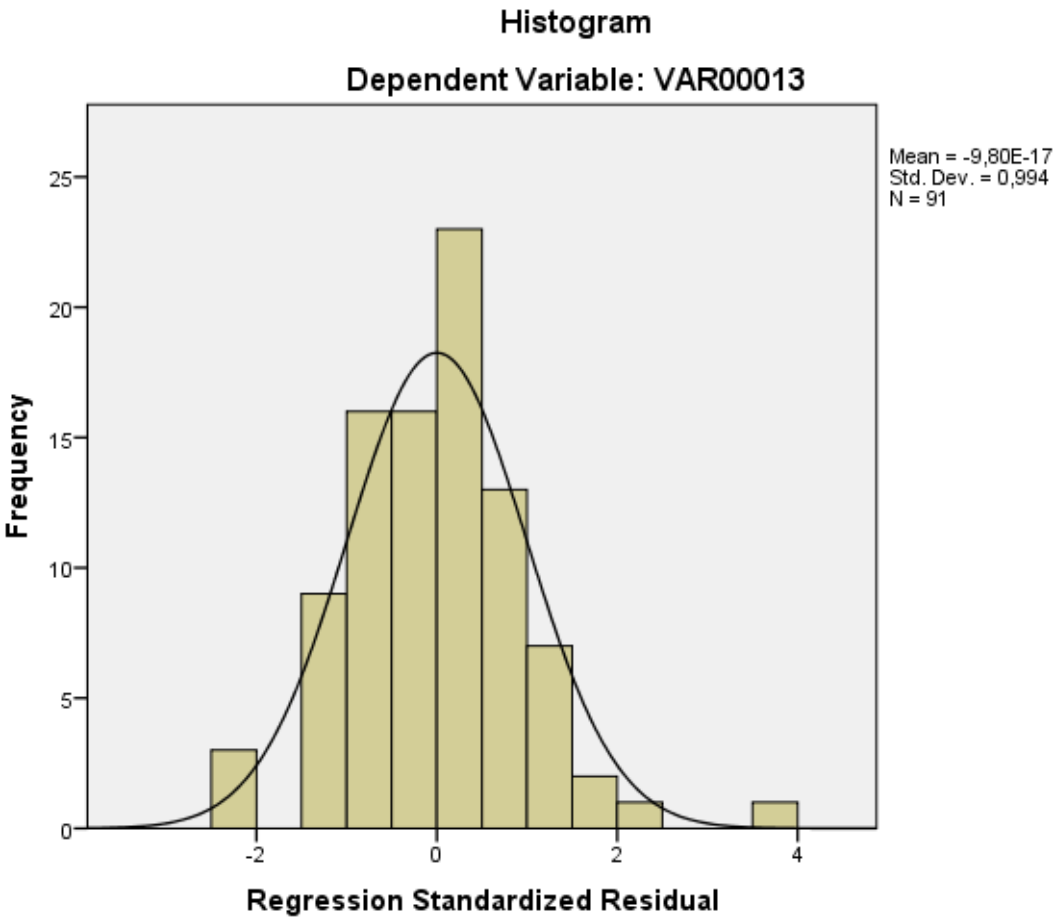
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,761	,735	5

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 7. Uji Normalitas Histogram

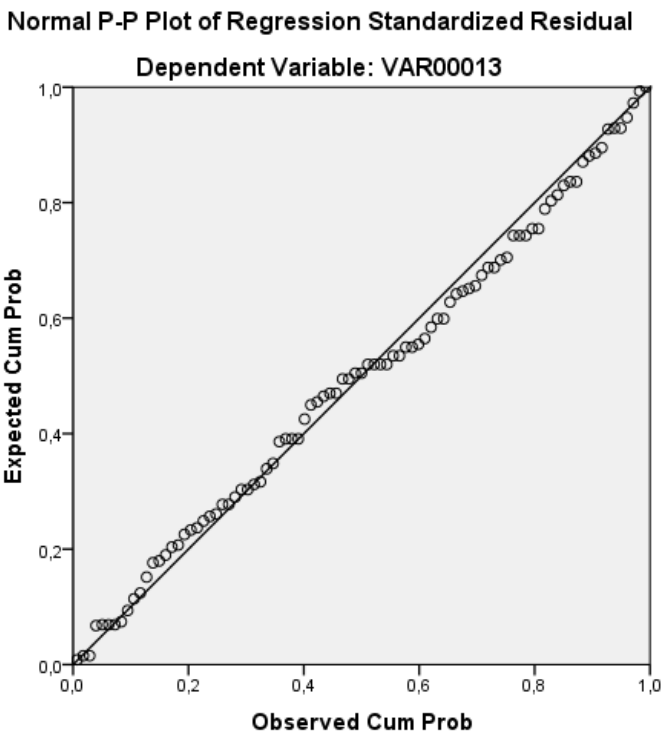


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 8. Uji Normalitas Garis Plot

### Lak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

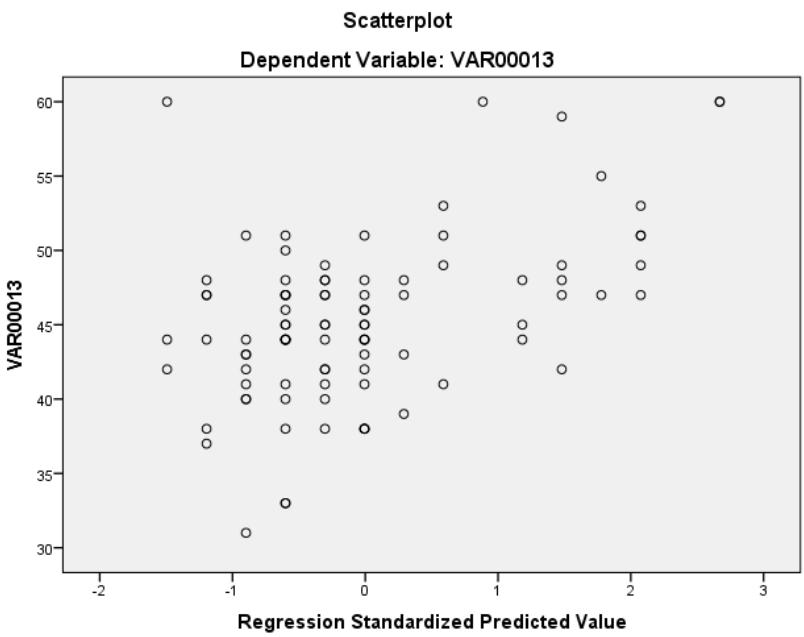




## Lampiran 9. Uji Heteroskedastisitas

### Lak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 10. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	32,376	2,554		,000
	VAR00019	,813	,156	,483	,000

a. Dependent Variable: VAR00013

## Lampiran 11. Uji T Hitung

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	32,376	2,554		,000
	VAR00019	,813	,156	,483	,000

a. Dependent Variable: VAR00013

## Lampiran 12. Uji F Hitung

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	672,204	1	672,204	27,125	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2205,554	89	24,782		
	Total	2877,758	90			

a. Dependent Variable: VAR00013

b. Predictors: (Constant), VAR00019

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Lampiran 13. Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,483 <sup>a</sup>	,234	,225	4,978	1,363

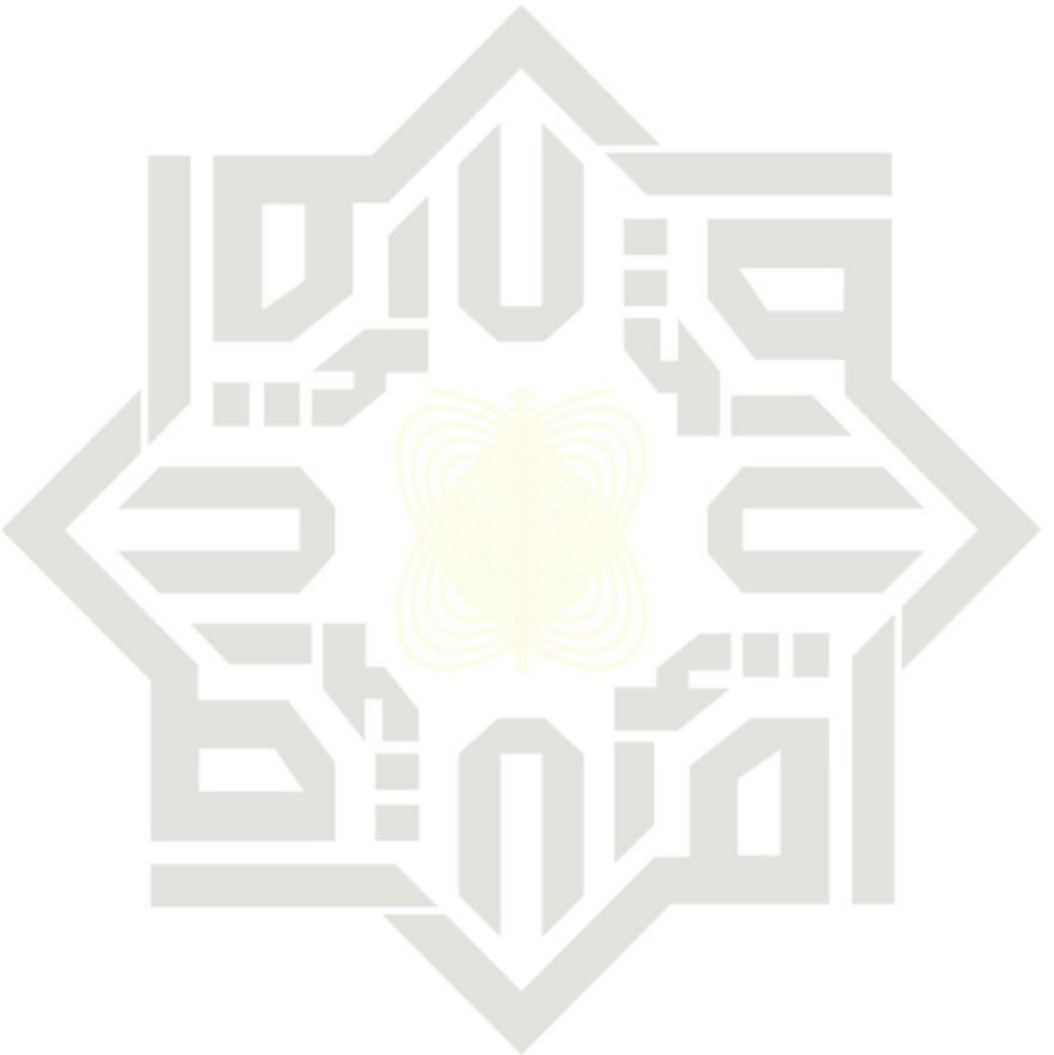
a. Predictors: (Constant), VAR00019

b. Dependent Variable: VAR00013

ji Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria



UIN SUSKA RIAU

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: STUDI ANALISIS AKTIFITAS BELANJA ONLINE SHOP MAHASISWA UIN SUSKA RIAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** yang ditulis oleh :

Nama : M. Agustian  
NIM : 11425104034  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Januari 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL**

Sekretaris  
**Haswir, M.Ag**

Penguji I  
**Dr. Arisman, M.Sy.**

Penguji II  
**Dr. Amrul Muzan, MA.**

Mengetahui :

Kepala Sub. Bagian  
Adm. Umum Dan Keuangan  
Fakultas Syariah dan Hukum

**ERI SURIANTO, SH.I**  
NIP. 19670218-199303 1 006

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM**

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN**

- |                                    |                                                                                                                                 |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. N A M A                         | : M. Agustian                                                                                                                   |
| 2. NOMOR MAHASISWA                 | : 11425104034                                                                                                                   |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN           | : Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli mahasiswa UIN Suska Riau via jual beli online shope menurut tinjauan ekonomi islam |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan          | : Senin / 20 Mei 2019                                                                                                           |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | :                                                                                                                               |
| a. Judul                           | : <del>Disetujui / Ditolak</del> / Disempurnakan                                                                                |
| b. Latar Belakang Masalah          | : <del>Jelas/Masih Kabur</del> / Perlu Perbaikan                                                                                |
| c. Permasalahan                    | : <del>Jelas / Masih Kabur</del> / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas                                                        |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian  | : <del>Jelas / Mengambang</del> / Perlu Perbaikan                                                                               |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada)    | : <del>Jelas / Kurang Jelas</del> / Perlu Disempurnakan                                                                         |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada)    | : <del>Cukup Tajam</del> / Perlu Dipertajam                                                                                     |
| g. Metode Penelitian               | : <del>Jelas / Masih Kabur</del> / Perlu Perbaikan                                                                              |
| h. Daftar Pustaka                  | : <del>Cukup</del> / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti                                                      |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Dr. H. Heri Sunandar, M.cI

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WD I

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa Uin Suska Riau Dalam Belanja Online Shop Menurut Tinjauan Ekonomi Islam ( Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Uin Suska Riau ) ditulis oleh saudara :

Nama : M. Agustian  
NIM : 11425104034  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 20 Mei 2019  
Narasumber : Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Asfendi, S.Ag. M.Si  
NIP. 19610918 198803 1 002

Pekanbaru, 22 Mei 2019  
Narasumber

Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL  
NIP. 19660803 199303 1 004

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web http://fasih.uin-suska.ac.id, E-mail : fsihuinriau@gmail.com

**SURAT RISET**

Nomor: Un.04/F.1.2/PP.00.9/9426/2019

Pekanbaru, 26 November 2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau mengizinkan:

Nama : M. Agustian  
NIM : 11425104034  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Hukum

Untuk melakukan riset di Fakultas Syariah dan Hukum dengan judul "*Pengaruh Minat Beli Mahasiswa UIN Suska Riau Terhadap Belanja Online Shop Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau)*"

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,



Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag  
NIP. 19580712 198603 1 005

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM  
 كلية الشريعة و القانون  
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW  
 Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/5926/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : M. AGUSTIAN  
 N I M : 11425104034  
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

**UJIAN KOMPREHENSIF**

Yang diselenggarakan pada tanggal : **3 JULI 2019**

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 22 Juli 2019



DR. Drs. H. Hajar, M.Ag  
 NIP. 195807121986031005

UIN SUSKA RIAU



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email: admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 - 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **M. AGUSTIAN**

NIM : **11425104034**

Program Studi: **EKONOMI SYARIAH**

Judul : *Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Analisis Aktivitas Belanjaonline Shop Mahasiswa Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam*

Pembimbing : **Dr. Mawardi S.Ag., M.Si**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 21 Januari 2020

Pimpinan Redaksi



**P.M. Alpi Svahrin, SH., MH., CPL**

NIK. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap M. Agustian lahir di Bukit Batu, Pada Tanggal 13 Agustus 1996 anak ketiga (3) dari lima (5) bersaudara dari pasangan Rozali dan Ernalaili Penulis memulai pendidikan SD di SD 021 Bukit Batu sampai tahun 2008. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMP 3 Bukit Batu dari tahun 2008 sampai tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di SMA 1 Bukit Batu pada tahun 2011-2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dengan mengambil S1 Jurusan Ekonomi Syari'ah di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah melaksanakan magang selama 2 bulan di BPRS Hasanah. Selain itu penulis juga pernah melaksanakan KKN di Desa Dayang Suri, Kecamatan Bunga Raya , Kabupaten Siak selama 45 hari. Kemudian pada Tahun 2019 penulis yang akrab disapa Tian ini memulai sebuah penelitian dengan mengangkat sebuah judul skripsi: **“Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Analisis Aktifitas Belanja Online Shop Mahasiswa Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam”** yang di bimbing langsung oleh bapak Mawardi, S.Ag, M.Si dan kemudian penulis telah mengikuti ujian munaqasyah dan dinyatakan lulus pada tanggal 30 Desember 2019.

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.